

JON ARBERAS, DIRECTOR GENERAL DE SARENET

“La vía de entrada de Sarenet es el cliente descontento”

► Pocas empresas de tecnología de origen español logran superar los 20 años con buena salud. Una es Sarenet. La empresa fue creada en 1995 por unos emprendedores vascos que vieron en la oferta de servicios de Internet un negocio de futuro. Tres años después el grupo editorial Vocento adquiría la mayor parte de la compañía, pero el equipo fundador volvió a

tomar el control de la misma al 100% en diciembre de 2014.

Sarenet está ahora en pleno proceso de reinversión. Una nueva etapa en la que ha puesto la mira en la oferta de servicios *cloud* mediante soluciones de software como servicio, la telefonía móvil y la integración de la VoIP. Profundiza en esta estrategia Jon Arberas, director general de Sarenet.



Ha tomado las riendas de la compañía hace unos meses. ¿Cómo describiría esta nueva etapa?

Con mucha ilusión, ganas y con muchas ideas que estamos empezando a desarrollar a corto plazo. Sarenet pasó casi de puntillas la crisis. Tras tres años de reducir ventas en 2014 por primera vez empezamos a remontar. En 2015 las cifras son claramente mejores y las expectativas que tenemos de cara a 2016 suponen un salto cualitativo más.

¿Qué ha supuesto que el antiguo equipo fundador retomara el control de la compañía de cara a la facturación y a los objetivos de la empresa?

Ha supuesto pasar de ser una empresa que estaba fuera del perímetro de negocio de un gran grupo como Vocento, que no tenía puesto el foco en nuestro negocio, a ser la empresa en la que nos volcamos en nuestro día a día y donde tenemos puestas todas nuestras energías e intentamos afrontar una etapa de crecimiento.

¿Cómo fue este proceso de retomar el control de la compañía?

“NUESTRO CLIENTE VIENE A LA BOUTIQUE DE SARENET FRENTE A LOS GRANDES ALMACENES ‘A PRECIO’”



Muy natural porque quien tomaba el control de la empresa era Roberto Beitia, que es el *alma mater* de Sarenet, quien fundó en su día la empresa, su principal impulsor y quien ha vivido todo desde dentro, no es alguien ajeno ni a la compañía ni al sector. Teníamos claro cuál era el camino y la estrategia.

Y confianza en que fuera a funcionar...

Sin duda, cuando alguien está dentro y apuesta su dinero sabe que funcionará y tiene confianza absoluta en el proyecto. Ahora estamos viendo que el contexto nos favorece. Además, estamos siendo muy activos. Somos una empresa flexible y rápida a la hora

de lanzar un nuevo servicio, tenemos procesos de mejora continua y se nota.

¿Qué perspectivas de negocio manejan para 2016?

En 2015 crecimos un 3% y llegamos a facturar más de 17 millones de euros. El reto que tenemos para 2016 es superar los 19 millones. El crecimiento, por tanto, sería de dos dígitos, en torno al 10%. Para 2017 tendremos un incremento similar. Esperamos un futuro muy positivo y los resultados de este año invitan al optimismo, estamos en el buen camino.

Estamos creciendo por desarrollo de servicios. Pero también tenemos un crecimiento comercial por la ampliación de la fuerza de ventas y por una apuesta de desarrollo del canal, que comenzamos en octubre de 2015 y ya empieza a tener sus frutos. Hemos cerrado acuerdos con integradores y distribuidores. Estos son embajadores que nos permitirán llegar con más fuerza a los clientes finales que con nuestros propios medios.

Cloud, movilidad y VoIP centran la estrategia de Sarenet en la actualidad.

“EL SERVICIO ESTRELLA DE SARENET LO CONFORMAN LAS SOLUCIONES DE REDES PRIVADAS VIRTUALES”

¿Qué soluciones y servicios vertebran su propuesta tecnológica?

Las apuestas son los servicios *cloud*, la telefonía IP y la móvil, algo que empezamos en 2015 pero que será este año cuando hagamos un esfuerzo más significativo. En servicios *cloud*, al igual que en redes, nos vamos a orientar a empresas que necesitan los servicios de alojamiento de manera crítica para su negocio. Ahí apostamos, por ejemplo, por servir de plataforma para proveer servicios de comercio electrónico. Ahí estamos especialmente bien posicionados.

Junto al comercio electrónico también destacaría el Internet de las cosas. Esto implicará tener conectividad en un conjunto de dispositivos hasta ahora inimaginables. Sin olvidar las *smart cities* y la industria 4.0, contamos con muchos clientes que tienen procesos industriales y queremos ayudarles a desarrollar esa transición.

Esos dos nichos queremos atenderlos de una manera especial, además de alojar las aplicaciones de negocio de nuestros clientes en la nube. Ahí la ventaja de Sarenet es que aportamos una conectividad que se integra perfectamente el alojamiento en la nube. Hace que la solución a nivel de seguridad sea muy robusta.

Respecto a la telefonía IP, los datos y la voz están convergiendo en una misma estructura. Nosotros tenemos una calidad de servicio que permite que coexistan esos dos mundos sin pelearse. Está garantizado el funcionamiento en todo momento.

Y, por último, tenemos la pata de telefonía móvil. Ahí acabamos de lanzar la aplicación Sarenet App, que implica que se añaden las ventajas de la VoIP a un teléfono móvil. Estamos hablando de que los usuarios pueden tener una reducción de costes bestial frente a las tarifas que se manejan en el mercado.



Desde luego con esta estrategia amplían el espectro de mercado...

Nunca hemos sido un proveedor de nicho, de un segmento o un tamaño de empresa. Nuestro cliente natural solo tiene que usar de manera crítica para su negocio los servicios que prestamos. Ese cliente es el que va a apostar por tener un mejor servicio. Es el que viene a la boutique de Sa-

renet frente a los grandes almacenes 'a precio'.

Luego el diferencial de Sarenet es ser una delicatesen frente a competidores que van desde los grandes operadores a empresas digitales como Amazon o Google...

Nuestro sector es muy competitivo, hay grandes monstruos a nivel mun-



dial. En un mundo tan globalizado todos operan en nuestro mercado. Pero tenemos una ventaja clara: somos una empresa pequeña, de 85 trabajadores, lo que nos permite estar muy cerca de nuestros clientes, cosa que las grandes corporaciones desde EE.UU. tienen más complicado.

Respecto a las grandes operadoras, éstas dan los servicios que nosotros damos, pero peor resueltos; lo que tienen muy bien resuelto son esas soluciones que podemos denominar 'café para todos'. Nosotros hacemos soluciones ajustadas a las necesidades del cliente, damos el valor de asesoramiento inicial que nos permite diseñar una solución *ad hoc* para cada cliente.

Ahora hay poco mercado virgen, todas las empresas tienen un proveedor. La vía de entrada de Sarenet es el cliente descontento, el que se siente maltratado generalmente por un gran operador. Ven que no se les ha atendido bien y buscan lo contrario. Nosotros, desde Sarenet, les brindamos un extraordinario soporte, que implica no tener subcontratada a una empresa externa, y un perfil técnico de

“EN 2015 CRECIMOS UN 3% Y LLEGAMOS A FACTURAR MÁS DE 17 MILLONES DE EUROS. EL RETO QUE TENEMOS PARA 2016 ES SUPERAR LOS 19 MILLONES”



nuestro personal muy potente. Nuestro soporte está entre Madrid y Zamudio (Vizcaya), el grueso en Zamudio. En Madrid somos 14 personas, en Barcelona dos y el resto, hasta llegar a 85 profesionales, está en Zamudio.

¿Pero ven espacio para crecer en los nichos donde están ya las operadoras?

Sí. Las operadoras tienen que llevar una mochila pesada en la medida en que tenían un negocio importante de telefonía tradicional y no se quieren pegar un tiro en el pie. Están intentando un juego de equilibrio de no ir a donde te puede llevar la tecnología ahora sino a mantener el negocio que tenían. Nosotros ahí somos rupturistas, no tenemos nada de telefonía tradicional y vamos a ofrecer todas las ventajas que la tecnología ofrece en estos momentos.

¿Qué clientes nuevos han conseguido en esta nueva etapa?

Más de 300 nuevos. En Sarenet no se da una gran concentración de facturación en unos pocos clientes. Es la suma de muchos pequeños clientes, esa pyme de cierto tamaño. Nuestros clientes

están muy distribuidos, aunque tenemos cierta concentración de empresas de carácter industrial y de servicios. Cuando dábamos servicio al grupo Vocento, el mundo editorial tenía cierto peso pero ahora se ha quedado absolutamente diluido, no representa un porcentaje importante. Nuestro cliente tipo es una empresa multisede con varios centros de trabajo. El servicio estrella de Sarenet lo conforman las soluciones de redes privadas virtuales. Es sencillo: unir todos esos centros a nivel de voz y datos. La voz sobre IP te permite hacer muchas cosas que la tradicional no te permite. El número de canales de voz que tienes para usar de manera concurrente es prácticamente ilimitado. Puedes manejar numeración internacional, las llamadas entre centros son gratuitas...

¿Qué peso tiene el sector público en su negocio?

Poco, menos del 5%. Casi todos nuestros clientes son empresas privadas de cierto tamaño con centros diseminados por toda la geografía española. Somos capaces de dar servicio en cualquier punto no porque

“LAS APUESTAS SON LOS SERVICIOS ‘CLOUD’, LA TELEFONÍA IP Y LA MÓVIL”



tengamos una red propia sino porque hemos llegado a acuerdos para utilizar prácticamente todas las infraestructuras que existen en España. Tenemos acuerdos con Telefónica, Colt, Jazztel, BT, etc. Somos muy rápidos adoptando decisiones y ejecutándolas. Cuando vemos que hay un *partner* que nos puede aportar algo hacemos un acuerdo con él. Damos soluciones a medida y cuando detectamos que el cliente tiene necesidades críticas y que no basta con una conexión montamos en paralelo dos caminos con infraestructuras diferentes.

¿Es el precio determinante para que Sarenet gane contratos? ¿Qué clientes han quitado a la competencia?

No. Como decíamos somos una boutique, no estamos orientados a precio sino a servicios, a garantía, a soporte. Pero el que exige esas soluciones sofisticadas y bien soportadas tendrá un precio competitivo a ese nivel que no

le dará un gran operador. Sarenet lleva funcionando 20 años en este mercado y año tras año el negocio nos da la razón, nuestra apuesta sigue siendo válida. Un cliente que ha dejado un gran operador para venir con nosotros es Marítima Dávila, una empresa de transporte marítimo. No solo nos hemos traído sus conexiones sino todas sus aplicaciones a nuestras plataformas *cloud*.

Hábleme de la tecnología de su CPD. ¿En qué se basa?

Es una tecnología que evolucionamos continuamente. Vamos ya por la sexta generación de la plataforma *cloud*. Estamos en el estado del arte de la tecnología. Seguimos apostando por infraestructura de primeras marcas que combinamos con soluciones de software de código abierto. Tenemos desarrollos propios, usamos un hipervisor Xen y la solución de almacenamiento es propia. Eso nos permite tener una oferta muy competitiva en precio porque no tenemos este tipo de cargas.

¿Podría ahondar algo más en su estrategia de canal? ¿Qué socios buscan?

Estamos buscando tres perfiles de

empresas, una es la típica compañía de soporte informático, para que amplíe sus servicios con nosotros. Les ofrecemos más elementos que se integran en su negocio. El segundo tipo son las empresas de telefonía IP. Un perfil tipo es una empresa que tiene una solución de centralita que necesita la empresa operadora de voz IP. Nosotros, además de darle la solución de centralita, le damos también las conexiones. El tercero son las empresas proveedoras de aplicaciones: el ERP y CRM... Tradicionalmente los ISV han estado vendiendo servidores, ahora la evolución lógica es hacerlo en la nube, es muy atractivo el pago por uso. Ellos conocen el mundo de la aplicación, nosotros el de la infraestructura y el cliente tiene los datos. Hemos firmado acuerdos con Repesa Sistemas, con Plus Asistencia, con Anteo, etc. Queremos llegar al final del año con 20 *partners* operativos. Buscamos cierto compromiso a nivel de volumen de negocio con ese *partner*. No queremos muchos distribuidores con los que hagamos cosas anecdóticas. Nos hemos marcado que el canal aporte un tercio de nuestro

Jon Arberas, un químico ligado al 'proyecto Sarenet' desde sus orígenes

Arberas, licenciado en Química Industrial, aterrizó en Sarenet en los orígenes del proyecto, antes incluso de que la compañía tuviera su nombre actual. "Los caminos del Señor son inescrutables -bromea-. Cuando salí al mercado laboral, en 1991, entré en el embrión de Sarenet: Spritel, un programa de la SPRI, la sociedad para la reconversión industrial promovida por el Gobierno Vasco en aquellos años". Entonces, explica, se quería lanzar servicios telemáticos y el equipo de Spritel montó una red y un programa para fomentar Internet. Fue en 1995 cuando se fundó Sarenet como empresa.

Arberas siempre ha estado vinculado a labores comerciales. Inició su andadura dedicado a la venta de servicios ISP, soluciones de redes privadas virtuales y alojamiento web, entre otras. En 2004 asumió la dirección de ventas de la zona norte, haciéndose cargo de la coordinación del equipo comercial de esa área geográfica. En 2007 fue nombrado director comercial de la compañía, pasando a responsabilizarse de la estrategia, elaboración del plan comercial y gestión del equipo de ventas, cargo que ha ocupado hasta la actualidad. Desde su nuevo puesto, y para impulsar la nueva etapa de crecimiento en la que ha entrado la empresa, Arberas está inmerso en desarrollar el canal para la venta a través de *partners*, además de potenciar la comercialización de servicios *cloud* mediante soluciones SaaS, y de desplegar la telefonía móvil y su integración con la VozIP.




negocio dentro de tres años. Ofrecemos al *partner* que funcione en clave de distribuidor (Sarenet da el servicio al cliente final y le factura, liquidando unas comisiones al distribuidor) o que el *partner* esté en medio (Sarenet da servicio y soporte y factura al *partner*,

de modo que éste vende estos servicios al cliente final como estime).

¿Es posible que Sarenet realice alguna compra?

Estamos abiertos a analizar operaciones de una manera táctica y selectiva. **CW**

CONTENIDO ADICIONAL

 Sarenet acelera su apuesta por el negocio móvil con el lanzamiento de una 'app'

